

ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

MARETTA YOEHANA

NIM. C2C009145

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Mareta Yoehana

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009145

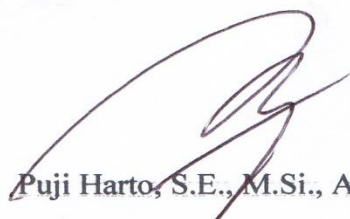
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)**

Dosen Pembimbing : Puji Harto, S.E., M.Si., Akt., Ph.d

Semarang, 15 Maret 2013

Dosen Pembimbing,



Puji Harto, S.E., M.Si., Akt., Ph.d

NIP. 19750527 200012 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Maretta Yoehana

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009145

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)**

Telah dinyatakan lulus ujian tanggal 25 Maret 2013

Tim penguji :

1. Puji Harto, S.E., M.Si., Akt., Ph.d
2. Dr. Haryanto, S.E., M.Si., Akt.
3. Aditya Septiani, S.E., M.Si., Akt.

(.....)

(.....) *Ar 28/3/13*

(.....) *Aditya*

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Maretta Yoehana, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 15 Maret 2013

Yang membuat pernyataan,

Maretta Yoehana
NIM. C2C009145

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto:

"fainnama'al 'usri yusrō"

*"Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan"
(Al-Insgirah : 6)*

"Hujan besar itu seperti tantangan hidup. Tidak perlu memohon supaya hujan berhenti, cukup memohon supaya payung kita bertambah kuat"

(Merry Riana, 2013)

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

Bapak, ibu, nenek, dan adik-adikku tercinta

Kekasih dan sahabat-sahabatku tersayang

Terima kasih untuk dukungan, motivasi, dan doa

yang senantiasa mengiringi setiap langkahku

You're the greatest gift that God ever gave

Thank you for being a part of you all

Love you...

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the effect of corporate social responsibility (CSR) to corporate tax aggressiveness. The independent variable is used in this study is corporate social responsibility disclosure. While the dependent variable in this study is tax aggressiveness that measured using two effective tax rates measures and one book tax differences measure.

This study is a replication of the study by Lanis and Richardson (2012) and use 98 manufacturing companies that listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2010-2011 as the sample. Samples were selected by purposive sampling method and finally obtained 49 manufacturing companies per year that fulfill the criterias. Data were analyzed using ordinary least square regression analysis model.

The result shows that the higher the level of CSR disclosure of a corporation, the lower is the level of tax aggressiveness.

Keywords : corporate social responsibility, tax agressiveness

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social resposibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak perusahaan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan dua ukuran *effective tax rates* dan satu ukuran *book tax defferences*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012) dengan menggunakan 98 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2011 sebagai sampel penelitian. Sampel penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 49 perusahaan per tahun yang memenuhi kriteria. Data dianalisis menggunakan model analisis regresi *ordinary least square*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya.

Kata kunci : *corporate social responsibiltiy* dan agresivitas pajak

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2011)”** dengan lancar dan tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan yang tiada henti dari berbagi pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Anis Chariri SE, M.Com, Akt., Ph.D. selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
3. Bapak Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
4. Bapak Puji Harto, S.E., M.Si., Akt., Ph.d selaku Dosen Pembimbing yang penuh sabar dan selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Drs. Sudarno Msi., Akt, Ph.D. selaku Dosen Wali atas pengarahan yang diberikan selama proses perwalian.
6. Bapak Adityawarman, S.E., M.Si., Akt., terimakasih sudah mendengarkan segala keluh kesah saya. *You're the best lecture I have ever meet !*

7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro untuk ilmu bermanfaat yang telah diajarkan serta seluruh staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas bantuannya selama proses perkuliahan.
8. Orang tua tercinta, adik-adikku dan nenekku tersayang, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi yang tiada henti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.
9. Faizal Adi Nugroho, atas perhatian, dukungan, semangat, dan kasih sayang yang diberikan selama ini. Terimakasih untuk bantuan, dukungan, dan motivasinya selama proses penyusunan skripsi. Terimakasih selalu ada dalam setiap suka dukaku. *Keep dreaming and get it together !*
10. Sahabat-sahabat superku, Kina, Dewi, Erlin, Ina, Mona, Nesya, Pangestika, dan Oneal yang selalu ada dan siap membantu. Terimakasih buat celoteh, canda, tawa, dan perhatian yang diberikan selama ini. *Keep our friendship till drop, girls !*
11. Sahabat-sahabat terbaikku, Ema, Raras, Vina, Dian, dan Hasna yang selalu menjadi tempat berbagi dan berkeluh kesah. Terimakasih untuk canda tawa dan persahabatan yang indah ini. *I am happy to be part of you all, guys !*
12. Sahabat-sahabat akuntansi Liste, Lovink, dan Ami yang selalu siap membantu dan berbagi cerita selama perkuliahan ini. *I'am happy to have you all !*
13. Sahabat baikku, Zulfia Andina, terimakasih sudah banyak membantu dan bertukar pikiran selama proses perkuliahan ini.
14. Teman-teman tim II KKN Desa Dukun, Kec. Demak: Lingga, Fitri, Mbak Nadia, Dwi, Una, Mbak tiwi, Mas Michael, Barkah, Dito, dan Rizal. Terima kasih untuk kebersamaan dan kekeluargaan serta persahabatan yang terjalin hingga saat ini. *I'm so thankful to know you all, dude !*
15. Teman-teman seperjuangan dan seperbimbingan, Mbak Silvi yang selalu berbagi pengetahuan selama proses penyusunan skripsi ini.
16. Seluruh teman-teman Akuntansi Reguler I angkatan 2009. Terima kasih untuk kebersamaan dan kekeluargaan yang terjalin selama ini. *God always bless us to be success !*

17. Keluarga Mahasiswa Akuntansi. Terimakasih atas kebersamaan yang terjalin selama ini. *I'm proud to be part of you all !*
18. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis terutama dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk hasil penelitian yang lebih baik lagi di masa mendatang. Terimakasih.

Semarang, 15 Maret 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Penulisan	11
 BAB II TELAAH PUSTAKA	

2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Teori Legitimasi.....	12
2.1.2. Teori <i>Stakeholder</i>	14
2.1.3. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	16
2.1.4. <i>CSR Disclosure</i>	20
2.1.5. <i>CSR Disclosure Indexs</i>	22
2.1.6. Agesivitas Pajak.....	24
2.1.7. Peraturan Perpajakan di Indonesia.....	28
2.1.8. Variabel Kontrol.....	31
2.1.8.1. Profitabilitas.....	31
2.1.8.2. <i>Leverage</i>	32
2.1.8.3. <i>Capital Intensity</i>	34
2.1.8.4. <i>Inventory Intensity</i>	34
2.2. Penelitian Terdahulu.....	35
2.3. Kerangka Pemikiran.....	41
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	48
3.1.1. Variabel Dependen.....	48
3.1.2. Variabel Independen.....	49
3.1.3. Variabel Kontrol.....	50
3.1.3.1. Profitabilitas.....	51
3.1.3.2. <i>Leverage</i>	51
3.1.3.3. <i>Capital Intensity</i>	51
3.1.3.4. <i>Inventory Intensity</i>	52
3.2. Populasi dan Sampel.....	52
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	54
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	54

3.5. Metode Analisis Data.....	55
3.5.1. Statistik Deskriptif	55
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	55
3.5.2.1. Uji Normalitas	55
3.5.2.2. Uji Multikolonieritas	56
3.5.2.3. Uji Autokorelasi	57
3.5.2.4. Uji heterokedastisitas.....	58
3.5.3. Pengujian Hipotesis.....	59
3.5.3.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
3.5.3.2. Uji Signifikansi Simultan(Uji Statistik F) ...	60
3.5.3.3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	61

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	63
4.2. Analisis Data	64
4.2.1. Analisis Deskriptif	64
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	67
4.2.2.1. Uji Normalitas	67
4.2.2.2. Uji Multikolonieritas	74
4.2.2.3. Uji Autokorelasi	77
4.2.2.4. Uji Heterokedastisitas.....	79
4.2.3. Uji Hipotesis	85
4.2.3.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.2.3.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) ..	88
4.2.3.3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	90
4.3. Interpretasi Hasil	93

BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan	98
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	99
5.3. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1.	Ringkasan Hasil Penelitian	39
TABEL 4.1	Ringkasan Pengambilan Sampel Penelitian	63
TABEL 4.2.	Statistik Deskriptif	65
TABEL 4.3.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Regresi Pertama	71
TABEL 4.4.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Regresi Kedua.....	72
TABEL 4.5.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Regresi Ketiga	73
TABEL 4.6.	Hasil Uji Multikolonieritas Regresi Pertama	74
TABEL 4.7.	Hasil Uji Multikolonieritas Regresi Kedua.....	75
TABEL 4.8.	Hasil Uji Multikolonieritas Regresi Ketiga.....	76
TABEL 4.9.	Hasil Uji Durbin-Watson Regresi Pertama	77
TABEL 4.10.	Hasil Uji Durbin-Watson Regresi Kedua.....	78
TABEL 4.11.	Hasil Uji Durbin-Watson Regresi Ketiga	79
TABEL 4.12.	Hasil Uji Park Regresi Pertama.....	81
TABEL 4.13.	Hasil Uji Park Regresi Kedua	83
TABEL 4.14.	Hasil Uji Park Regresi Ketiga	84
TABEL 4.15.	Hasil Uji Determinasi Regresi Pertama	85
TABEL 4.16.	Hasil Uji Determinasi Regresi Kedua	86

TABEL 4.17. Hasil Uji Determinasi Regresi Ketiga.....	87
TABEL 4.18. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Regresi Pertama	88
TABEL 4.19. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Regresi Kedua.....	89
TABEL 4.20 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Regresi Ketiga.....	89
TABEL 4.21 Hasil Uji Statistik t Regresi Pertama.....	90
TABEL 4.22 Hasil Uji Statistik t Regresi Kedua	91
TABEL 4.23 Hasil Uji Statistik t Regresi Ketiga	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Grafik Penerimaan APBN yang bersumber dari Pajak	2
Gambar 2.1.	Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1.	Grafik Histogram Regresi Pertama	68
Gambar 4.2.	Grafik Uji Normal P-Plot Regresi Pertama.....	68
Gambar 4.3.	Grafik Histogram Regresi Kedua.....	69
Gambar 4.4.	Grafik Uji Normal P-Plot Regresi Kedua	69
Gambar 4.5.	Grafik Histogram Regresi Ketiga.....	70
Gambar 4.6.	Grafik Uji Normal P-Plot Regresi Ketiga	70
Gambar 4.7.	Grafik Scatterplot Regresi Pertama.....	81
Gambar 4.8.	Grafik Scatterplot Regresi Kedua	82
Gambar 4.9.	Grafik Scatterplot Regresi Ketiga	84

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Daftar Indeks Pengungkapan CSR.....	109
LAMPIRAN B	Daftar Perusahaan Sampel Penelitian	113
LAMPIRAN C	Tabulasi Data Perusahaan Sampel penelitian	115
LAMPIRAN D	Hasil Analisis Statistik deskriptif.....	120
LAMPIRAN E	Hasil Uji Regresi Pertama	121
LAMPIRAN F	Hasil Uji Regresi Kedua.....	127
LAMPIRAN G	Hasil Uji Regresi Ketiga	133

BAB I

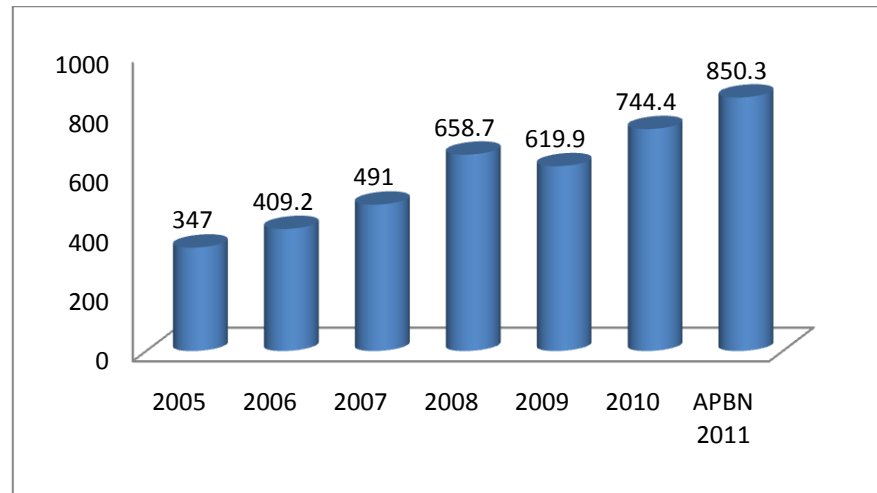
PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang Masalah

Pajak memegang peranan penting dalam perekonomian negara kita. Hal ini dikarenakan pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang berasal dari iuran wajib rakyat, dimana ketentuan pungutannya diatur dalam undang-undang seperti yang dinyatakan dalam pasal 23A Undang-Undang Dasar 1945 Amandemen III. Pasal 23A UUD 1945 berbunyi “pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang”. Pajak digunakan oleh pemerintah untuk melaksanakan tanggung jawab negara di berbagai sektor kehidupan untuk mencapai kesejahteraan umum. Bagi rakyat sebagai wajib pajak sendiri, pajak merupakan perwujudan pengabdian dan peran serta wajib pajak untuk ikut berkontribusi dalam peningkatan pembangunan nasional.

Dalam periode tahun 2005-2011, pemerintah telah berhasil meningkatkan penerimaan perpajakan lebih dari dua kali lipat dari Rp 347,0 triliun pada tahun 2005 menjadi Rp 850,3 triliun pada tahun 2011. Dalam kurun waktu tersebut, total penerimaan perpajakan cenderung meningkat, seperti terlihat dalam grafik I berikut, kecuali tahun 2009 karena melemahnya perekonomian dunia yang berpengaruh

terhadap melambatnya laju perekonomian Indonesia pada tahun tersebut (Kementerian Keuangan RI, 2012).



Gambar 1.1.

Grafik Penerimaan APBN yang bersumber dari Pajak

Komposisi penerimaan dalam negeri pada tahun 1980 sebesar 63,1 % berasal dari penerimaan negara bukan pajak (PNBP), sedangkan 36,9 % berasal dari pajak. Sementara mulai periode tahun 2000 PNBP sebesar 31,8% dan yang berasal dari pajak adalah sebesar 68,2%. Dilihat dari besarnya presentase penerimaan negara yang bersumber dari pajak, kita dapat mengetahui betapa pentingnya arti pajak bagi pemerintah dan tentunya bagi kelangsungan hidup negara kita. Dapat dikatakan pula, pajak merupakan tulang punggung penerimaan negara. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan pajak sehingga dapat membuat regulasi yang lebih tepat lagi bagi ketentuan

perpajakan. Hal ini karena belum tentu kebijakan peningkatan tarif pajak juga akan mengarah pada peningkatan penerimaan pajak.

Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak mempunyai kewajiban untuk membayar pajak yang besarnya dihitung dari laba bersih yang diperolehnya. Semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan, maka pendapatan negara semakin banyak. Namun sebaliknya bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih. Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak, dimana perusahaan berusaha untuk mengefisiensikan beban pajaknya sehingga memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam rangka mensejahterakan pemilik dan melanjutkan kelangsungan hidup perusahaannya.

Mangoting (1999) menyatakan bahwa bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai biaya, sehingga perlu dilakukan usaha-usaha atau strategi-strategi tertentu untuk menguranginya. Usaha-usaha atau strategi-strategi yang dilakukan merupakan bagian dari *tax planning*. Tujuan yang diharapkan dengan adanya *tax planning* ini adalah meminimalkan pajak terutang untuk mencapai laba yang optimal.

Sementara Lanis dan Richardson (2012) menjelaskan bahwa pajak merupakan faktor pendorong dalam keputusan perusahaan. Tindakan manajerial yang dirancang semata-mata untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresif pajak menjadi fitur yang semakin umum dari lanskap perusahaan di seluruh dunia. Namun

demikian, agresivitas pajak perusahaan dapat menghasilkan biaya dan manfaat yang signifikan. Chen, Chen, Cheng, dan Shevlin (2008, h.1) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai “*downward management of taxable income through tax planning activities*”. Demikian juga dengan Slemrod (2004) dalam Balakrishnan, Blouin, dan Guay (2010) berpendapat bahwa agresivitas pajak merupakan aktivitas yang spesifik, yang mencakup transaksi-transaksi, dimana tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan.

Beberapa peneliti dan literatur menggunakan istilah yang berbeda untuk menjelaskan agresivitas pajak perusahaan. Khurana dan Moser (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai *tax planning* perusahaan melalui aktivitas *tax avoidance* atau *tax sheltering*. Demikian juga dengan Timothy (2010) menyatakan bahwa agresivitas pajak dapat dilihat dengan dua cara. Salah satunya adalah cara legal yang diperkenankan oleh hukum yang berlaku, yang disebut dengan *legal tax avoidance* dan merupakan salah satu layanan sah yang diberikan oleh akuntan. Cara kedua adalah *tax sheltering*. Desai dan Dharmapala (2006) dalam Timothy (2010) menjelaskan bahwa *tax sheltering* adalah upaya untuk mendesain transaksi yang bertujuan untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan.

Namun, Frank, Lynch, dan Rego (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai “*downward manipulation of taxable income through tax planning that may or may not be considered fraudulent tax evasion*.” Demikian juga dengan beberapa peneliti seperti Mangunsong (2002), Mangoting (2009), serta Harari, Sitbon, dan

Donyets (2012) menjelaskan bahwa *tax planning* dapat dilakukan dengan cara *tax avoidance* (legal) atau *tax evasion* (ilegal).

Meskipun terdapat perbedaan istilah untuk *tax planning* yang dilakukan secara ilegal yakni *tax sheltering* dan *tax evasion*, pada dasarnya dapat disimpulkan bahwa keduanya mempunyai arti yang sama, yaitu usaha perencanaan pajak yang dilakukan dengan cara yang melanggar undang-undang. Selain itu juga dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak merupakan keinginan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak melalui aktivitas *tax planning* dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Aktivitas *tax planning* dilakukan melalui cara yang legal, ilegal, maupun kedua-duanya.

Menurut Erle dan Schon (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012), agresivitas pajak perusahaan dapat dianggap sebagai aktivitas yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Sementara Watson (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai peringkat yang rendah dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga dapat melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibandingkan perusahaan yang sadar sosial. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini untuk menganalisis apakah CSR berpengaruh terhadap tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Corporate Social Responsibility didefinisikan sebagai “bagaimana perusahaan memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dalam cara perusahaan tersebut beroperasi, memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian” (Pemerintah UK dalam KPMG, 2007). Sementara Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Lanis dan Richardson (2012) menjelaskan bahwa CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Akan tetapi, tingkat keterlibatan perusahaan dalam mengungkapkan CSR adalah tidak wajib.

Menurut Susiloadi (2008) terdapat dua aspek penting yang harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara perusahaan dan masyarakat sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada perolehan laba perusahaan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Tingkat kesadaran perusahaan untuk menerapkan CSR dalam operasinya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Semakin perusahaan peduli terhadap pentingnya CSR, maka perusahaan tersebut semakin sadar akan pentingnya pajak bagi masyarakat pada umumnya. Rusydi (2009) menyatakan bahwa korporasi yang menjalankan kewajiban perpajakannya tidak sesuai dengan prinsip CSR, justru akan mengganggu *sustainability* dan *image* korporasi tersebut.

Kaitan antara CSR dengan agresivitas pajak telah diteliti oleh beberapa peneliti seperti Watson (2011) serta Lanis dan Richardson (2012). Watson menguji hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak. Dimana pengukuran agresivitas pajak menggunakan proksi baru yakni UTB (*Unrecognized Tax Benefit*). Hasil yang ditemukan adalah CSR mempunyai efek mengurangi tingkat agresivitas pajak suatu perusahaan.

Sementara Lanis dan Richardson (2012) menyusun sejumlah analisis empirik untuk mengetahui apakah pendekatan perusahaan untuk CSR berhubungan dengan tingkat agresivitas pajak. Dengan menggunakan ETR (*Effective Tax Rates*) sebagai alat pengukur agresivitas pajak, hasil regresi yang ditemukan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR dari suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan tersebut.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak, karena adanya keterikatan yang cukup kuat antara CSR dengan agresivitas pajak suatu

perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Lanis dan Richardson (2012). Peraturan perpajakan yang berbeda antara negara di dunia menimbulkan pertanyaan apakah penelitian ini akan memberikan hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya. Pada tahun 2010 Pemerintah Indonesia telah memberikan berbagai insentif di bidang perpajakan, antara lain: (i) penurunan tarif PPh badan dari 28 persen menjadi 25 persen, sebagaimana diamanatkan dalam UU No 36 Tahun 2008; (ii) pemberian keringanan tarif PPh badan 5 persen lebih rendah dari tarif normal bagi perusahaan yang minimal 40 persen sahamnya dimiliki oleh publik; (iii) pelaksanaan amandemen undang-undang PPN yang secara umum lebih memberikan kepastian hukum bagi wajib pajak dan meningkatkan daya saing bagi pengusaha Indonesia di luar daerah pabean; dan (iv) pemberian insentif berupa pajak ditanggung pemerintah (DTP) atas PPh, PPN dan bea masuk guna mendorong investasi dan kegiatan dunia usaha serta stabilisasi harga di dalam negeri (Kementerian Keuangan RI, 2012).

Penelitian sebelumnya menggunakan sampel Wajib Pajak Badan yang listing di Australia dari tahun 2008-2009. Sedangkan objek penelitian ini menggunakan Wajib Pajak Badan Manufaktur yang listing di Indonesia pada tahun 2010-2011. Penelitian ini mengurangi beberapa variabel kontrol dari penelitian terdahulu. Variabel kontrol yang dipakai adalah profitabilitas, *leverage*, *capital intensity*, dan *inventory intensity*. Penelitian sebelumnya menggunakan uji regresi tobit untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak sementara dalam penelitian ini uji regresi yang digunakan adalah model *ordinary least square*. Belum banyak

penelitian di Indonesia yang mengkaitkan antara pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak. Padahal seperti yang kita ketahui bahwa CSR penting untuk diungkapkan perusahaan agar perusahaan tersebut tetap *going concern*, sementara agresivitas pajak merupakan aktivitas yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak.

1.2. Rumusan Masalah

Masalah perpajakan merupakan fenomena yang selalu berkembang dalam kehidupan masyarakat. Arti pajak sendiri dipersepsikan berbeda antara pemerintah dengan perusahaan. Bagi pemerintah, pajak merupakan sumber pendapatan negara. Sedangkan bagi perusahaan pajak merupakan beban yang mengurangi laba bersih, sehingga menimbulkan niat perusahaan untuk meminimalkan beban pajak dengan cara legal, ilegal, atau kedua-duanya. Padahal tindakan tersebut dianggap sebagai tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial yang tentunya tidak sesuai dengan kaidah CSR. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk menjawab :

Apakah CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi bidang akademik, penelitian ini dapat berkontribusi terhadap literatur penelitian terkait dengan pengungkapan CSR dan agresivitas pajak.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menunjukkan bahwa sikap perusahaan terhadap CSR akan memberikan dampak secara luas tidak hanya pada kinerja perusahaan saja, tetapi juga sikapnya terhadap pajak.
3. Bagi investor, bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi *sustainability* dan *image* perusahaan tersebut.
4. Bagi pihak regulator, seperti Direktorat Jenderal Pajak, penelitian ini menyediakan wawasan penting bagi para pembuat kebijakan pajak yang berusaha untuk mengidentifikasi keadaan di mana risiko agresivitas pajak perusahaan lebih tinggi.

1.5. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab telaah pustaka berisi landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian berisi variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bab hasil dan analisis berisi deskripsi objek penelitian, analisis hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan, keterbatasan, dan saran penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang paling banyak disebutkan dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan (Tilling, 2004). Demikian juga Naser, Al-Hussaini, Al-Kwari, dan Nuseibeh (2006) menyatakan bahwa teori legitimasi telah digunakan dalam kajian akuntansi untuk mengembangkan teori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA. 1994 dalam Titisari, Suwardi, dan Setiawan, 2010). *Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi harus secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa

mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Rustiarini, 2011).

Konsep legitimasi menunjukkan adanya suatu kontrak sosial yang implisit dimana perusahaan bertanggung jawab terhadap harapan atau tuntutan masyarakat (Kuznetsov dan Kuznetsova, 2008). Secara spesifik, dianggap bahwa kelangsungan hidup suatu organisasi akan terancam jika masyarakat mempersepsikan bahwa organisasi telah melanggar kontrak sosial (Deegan 2002 dalam Cuganesan, Ward, dan Guthrie, 2007). Legitimasi dapat dijelaskan sebagai persepsi umum bahwa tindakan perusahaan diinginkan, tepat atau sesuai dalam beberapa sistem sosial yang dibangun dari norma-norma, nilai-nilai, keyakinan, dan definisi (Suchman, 1995 dalam Moir, 2001).

Dowling dan Pfeffer (1975, p. 122) dalam Chariri (2008) menyatakan bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Suaryana (2011) menyatakan bahwa norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya. Usaha

perusahaan mengikuti perubahan untuk mendapatkan legitimasi merupakan suatu proses yang dilakukan secara berkesinambungan.

Hidayati dan Murni (2009) menyatakan bahwa untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengupayakan sejenis legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar. Untuk memperoleh legitimasi dari investor, perusahaan senantiasa meningkatkan return saham bagi investor. Untuk memperoleh legitimasi dari kreditor, perusahaan meningkatkan kemampuannya mengembalikan hutang. Untuk memperoleh legitimasi dari konsumen, perusahaan senantiasa meningkatkan mutu produk dan layanan. Untuk mendapatkan legitimasi dari pemerintah, perusahaan mematuhi segala peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh pemerintah. Untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan aktivitas pertanggungjawaban sosial. Teori Legitimasi menyatakan bahwa perusahaan akan memiliki tanggung jawab yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Cheers, 2011).

2.1.2. Teori *Stakeholder*

Saat ini, pergeseran filosofis pengelolaan organisasi entitas bisnis yang didasarkan pada teori keagenan (*agency theory*) yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berorientasi kepada pengelola (*agent*) dan pemilik (*principle*) mengalami perubahan kepada pandangan manajemen modern yang didasarkan teori *stakeholder*. Teori *stakeholder* yaitu terdapatnya perluasan tanggung jawab perusahaan dengan

dasar pemikiran bahwa pencapaian tujuan perusahaan sangat berhubungan erat dengan pola (*setting*) lingkungan sosial dimana perusahaan berada (Maksum dan Kholis, 2003). *Stakeholder* mengacu pada setiap individu atau kelompok yang mempertahankan andil/kepentingannya di sebuah organisasi sama seperti cara *shareholder* yang memiliki saham/obligasi di organisasi tersebut (Fassin, 2008).

Gray, Kouhy dan Adams (1994, p 53) dalam Ghazali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa:

“Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin powerful *stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya.”

Teori *stakeholder* didasarkan pada gagasan bahwa di luar pemegang saham ada beberapa agen yang berkepentingan dalam tindakan dan keputusan perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2007). Teori *Stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain) (Chariri, 2008). Teori *stakeholder* dipandang sebagai teori strategi organisasi dan etika (Phillips, Freeman dan Wicks, 2003 dalam Fassin, 2008)

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak tindakan mereka. Manajemen seharusnya tidak hanya

mempertimbangkan pemegang saham dalam proses pengambilan keputusan, tetapi juga siapa saja yang dipengaruhi oleh keputusan bisnis (Branco dan Rodrigues, 2007).

Menurut Wikipedia, Teori *Stakeholder* diartikan sebagai: “*a theory of organizational management and business ethics that addresses morals and values in managing an organization*”. Atau dengan kata lain teori *stakeholder* adalah teori etika manajemen dan bisnis organisasi yang membahas moral dan nilai-nilai dalam mengelola organisasi. Menurut teori *stakeholder*, meningkatkan CSR membuat perusahaan lebih menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, CSR harus dilakukan oleh semua perusahaan (Cheers, 2011).

2.1.3. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility pertama kali muncul dalam diskursus resmi akademik sejak Howard R Bowen menerbitkan bukunya berjudul *Social Responsibility of the Businessman* pada tahun 1953. Ide dasar CSR yang dikemukakan Bowen mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan yang hendak dicapai masyarakat di tempat perusahaannya beroperasi (Susiloadi, 2008). Siregar (2007) menyatakan bahwa konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan

masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (*Corporate Social Responsibility*).

Sejak pertengahan 1990-an gagasan CSR telah dikaitkan dengan hal '*corporate citizenship*' 'keberlanjutan perusahaan', dan '*triple bottom line*'. Istilah *corporate citizenship* menggambarkan keterlibatan perusahaan dengan stakeholder daripada pemegang saham saja. Keberlanjutan perusahaan mengacu pada perilaku perusahaan yang mungkin mempengaruhi perkembangan berkelanjutan yaitu, aktivitas perusahaan yang menciptakan peluang untuk pembangunan berkelanjutan. *Triple bottom line* biasanya mengacu pada keseimbangan dan kenaikan yang sama dalam kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan dari sebuah bisnis (Bichta, 2003).

Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut (*Triple bottom line*). Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (Siregar, 2007). Implementasi *Corporate Social responsibility* (CSR) merupakan perwujudan komitmen yang dibangun oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat (Susiloadi, 2008).

Ada banyak ragam penafsiran tentang CSR. Definisi CSR yang berlaku saat ini mendukung bahwa perusahaan harus terlibat dengan para stakeholder untuk penciptaan nilai jangka panjang. Hal ini bukan berarti bahwa para pemegang saham

tidaklah penting, atau profitabilitas yang tidak penting untuk kesuksesan bisnis. Sebaliknya, agar perusahaan dapat bertahan dan menguntungkan, maka harus terlibat dengan berbagai stakeholder yang pandangannya terhadap keberhasilan perusahaan sangat bervariasi (Bichta, 2003). Menurut Baker (2003) CSR adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat. Sementara definisi CSR menurut Wikipedia Indonesia menyatakan bahwa:

“Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (bukan hanya) perusahaan adalah memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional.”

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), lembaga internasional yang berdiri tahun 1995 memberikan definisi CSR sebagai:

“*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*”

Dengan kata lain dapat dijelaskan bahwa CSR merupakan komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas.

Definisi lain mengenai CSR juga dikemukakan oleh *World Bank* yang memandang CSR sebagai:

“The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development”.

Atau dengan kata lain dapat dijelaskan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap bekerjanya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilan mereka dalam komunitas setempat dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik dimana baik untuk dunia usaha dan juga untuk pembangunan.

CSR juga dapat digunakan perusahaan agar lebih unggul dari pesaing dalam hal mendapatkan keuntungan. Begitu sebuah perusahaan dalam suatu industri telah berhasil menerapkan kebijakan CSR, perusahaan pesaing mungkin terpaksa untuk terlibat juga dalam aktivitas CSR. Apabila perusahaan pesaing tidak menerapkan CSR, maka perusahaan pesaing tersebut terancam kehilangan loyalitas konsumen. Di sisi lain, beberapa perusahaan yang terlibat dalam CSR hanya karena mereka percaya bahwa hal tersebut benar untuk dilakukan. Terlepas dari dasar tersebut, CSR telah menjadi istilah yang lazim digunakan di arena bisnis (Lindgreen, Swaen, & Maon, 2009 dalam Cheers, 2011). Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Siregar (2007) mengatakan bahwa dalam proses perjalanan CSR banyak masalah yang dihadapinya, di antaranya adalah:

1. Program CSR belum tersosialisasikan dengan baik di masyarakat.
2. Masih terjadi perbedaan pandangan antara departemen hukum dan HAM dengan departemen perindustrian mengenai CSR di kalangan perusahaan dan Industri.
3. Belum adanya aturan yang jelas dalam pelaksanaan CSR di kalangan perusahaan.

2.1.4. CSR Disclosure

Pentingnya *CSR disclosure* atau pengungkapan CSR telah membuat banyak peneliti melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan melakukan CSR (Kamil dan Herusetya, 2012). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Mathews, 1995 dalam Sudana dan Arlindania, 2011). Pengungkapan CSR perusahaan melalui berbagai macam media dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para *stakeholder* dan juga untuk menjaga reputasi. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengomunikasikan kegiatan atau program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR itu sendiri. Dengan mengomunikasikan CSR-nya, makin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan sehingga tingkat risiko perusahaan menghadapi gejolak sosial akan menurun. Jadi, melaporkan CSR kepada khalayak akan meningkatkan nilai *social hedging* perusahaan (Harmoni dan Andriyani, 2008).

Chariri (2008) menyatakan bahwa ada berbagai motivasi yang mendorong manajer secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Berdasarkan review dan sintesis yang dilakukan oleh Deegan (2002) dalam Chariri (2008), dapat dilihat bahwa alasan dilakukannya pengungkapan antara lain:

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang. Namun demikian menurut Deegan (2000), alasan ini sebenarnya bukan alasan utama yang ditemukan di berbagai karena ternyata tidak banyak aturan yang meminta perusahaan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan (Deegan, 2000).
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*). Atas dasar alasan ini praktik PSL memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama (Friedman, 1962).
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan. Manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak yang tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan (Hasan, 1998; Donaldson dan Preston 1995; Freeman dan Reed 1983) tidak peduli dengan *cost* yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut.
- d. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman.
- e. Untuk mematuhi harapan masyarakat, yang didasarkan pada pandangan bahwa kepatuhan terhadap “ijin yang diberikan masyarakat untuk beroperasi” (atau

“kontrak sosial”) tergantung dari penyediaan informasi berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan (Deegan 2002).

- f. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- g. Untuk manage kelompok *stakeholder* tertentu yang mempunyai *powerful* (Ullman 1985; Robert 1992; Evan dan Freeman 1988; Neu et al 1998).
- h. Untuk menarik dana investasi. Pihak yang bertanggung jawab dalam meranking organisasi tertentu untuk tujuan portofolio menggunakan informasi dari sejumlah sumber termasuk informasi yang dikeluarkan oleh organisasi tersebut.
- i. Untuk mematuhi persyaratan tertentu, atau *code of conduct* tertentu.
- j. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Banyak organisasi yang berusaha memenangkan penghargaan tersebut dengan harapan memperbaiki *image* positif perusahaan.

2.1.5. CSR Disclosure Indexs

Di Indonesia, sampai sejauh ini belum ada standar khusus yang mengatur tentang pelaporan pertanggungjawaban sosial (*CSR disclosure*). Hal ini disebabkan karena sulitnya mengukur biaya dan manfaat sosial perusahaan di masa depan. Sehingga perusahaan dapat merancang sendiri bentuk pelaporan pertanggungjawaban sosialnya pada publik.

Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang

muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line*, yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja, melainkan dari sudut pandang ekonomi, sosial dan lingkungan. Gagasan ini merupakan akibat dari adanya 3 dampak operasi perusahaan yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari ketiga dimensi tersebut diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu: ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Kerangka pelaporan GRI mengandung isi yang bersifat umum dan sektor yang bersifat spesifik, yang telah disetujui oleh berbagai pemangku kepentingan di seluruh dunia dan dapat diaplikasikan secara umum dalam melaporkan kinerja berkelanjutan dari sebuah organisasi (Sudana dan Arlindania, 2011).

Akan tetapi, menurut Ahmad Nurkhin (2007) dalam Sudana dan Arlindania (2011) indikator yang dikemukakan GRI dinilai kurang tepat digunakan dalam penelitian di Indonesia karena item-item dalam kategori GRI cakupannya terlalu dalam dan bersifat khusus, sedangkan di Indonesia kegiatan CSR yang dilakukan masih bersifat umum. Indikator lain yang dapat digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah indikator yang dipakai oleh Sembiring tahun 2005 yang terdiri atas tujuh kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Sembiring (2005) menyatakan bahwa kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996). Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan. Berdasarkan peraturan

Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas item dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Tujuh puluh delapan item tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda.

Dengan menggunakan instrumen pengukuran yang mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005), diharapkan akan lebih banyak item pengungkapan yang dapat teridentifikasi dalam penelitian ini. Sehingga akan lebih dapat menggambarkan bagaimana pengaruh pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia terhadap agresivitas pajak.

2.1.6. Agresivitas Pajak

Pembayaran pajak perusahaan seharusnya memiliki implikasi bagi masyarakat dan sosial karena membentuk fungsi yang penting dalam membantu mendanai penyediaan barang publik dalam masyarakat, termasuk hal-hal seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, transportasi umum, dan penegakan hukum (Frieze, dkk, 2008 dalam Lanis dan Richardson, 2012). Akhirnya, seperti yang ditunjukkan oleh William (2007) dalam Lanis dan Richardson (2012), isu yang paling signifikan yang timbul dalam upaya menerapkan prinsip-prinsip CSR untuk pajak perusahaan meliputi tindakan-tindakan yang dapat mengurangi kewajiban pajak perusahaan melalui penghindaran pajak perusahaan dan perencanaan pajak. Seperti

yang diungkapkan oleh Balakrishnan, et.al. (2011) bahwa perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk mengurangi kewajiban pajak yang diperkirakan.

Hlaing (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Tidak ada definisi ataupun ukuran agresivitas pajak yang dapat diterima secara universal (Balakrishnan, et. Al., 2011) dan (Hanlon dan Heizman, 2010) dalam Ying (2011). Slemrod (2004) dalam Balakrishnan, et. al. (2011) berpendapat bahwa agresivitas pajak merupakan kegiatan yang lebih spesifik, yaitu mencakup transaksi yang tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Balakrishnan, et. al. (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang agresif terhadap pajak ditandai dengan transparansi yang lebih rendah. Demikian juga dengan Jimenez (2008) yang menyatakan bahwa bukti empiris baru-baru ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak lebih merasuk dalam tata kelola perusahaan yang lemah.

Sementara Hanlon dan Heitzman (2010) dalam Yuan, McIver, dan Burrow (2012) mendefinisikan agresivitas pajak penghasilan badan (sering disebut sebagai penghindaran pajak) sebagai tingkat yang paling akhir dari spektrum serangkaian perilaku perencanaan pajak. Zuber (2007) menyatakan:

“Between tax avoidance and tax evasion, there exist potential gray area of aggressiveness. This gray area exists because there are tax shelters beyond what is specifically allowed by the tax law and the tax law does not specifically address all possible tax transaction. A bright line does not exist

between tax avoidance and tax evasion because neither term adequately describes all transactions. Therefore, aggressive transactions and decision-making may potentially become either tax avoidance or tax evasion issues.”

Dari kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa transaksi dan pengambilan keputusan yang agresif mungkin secara potensial dapat menjadi masalah penghindaran pajak maupun penggelapan pajak. Harari, et.al. (2012) menyatakan bahwa agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai:

“The main purpose of the activity or activities that are the object of tax planning is to avoid paying taxes or to lower taxes significantly, and the commercial reason for that activity, if any, is marginal.”

Dari kutipan di atas dengan kata lain dapat dijelaskan bahwa tujuan utama dari aktivitas perencanaan pajak adalah menghindari pembayaran pajak atau membuat rendah beban pajak yang dibayarkan secara signifikan. Hidayat dan Jaenudi (2006) menyatakan bahwa beban pajak yang dipikul oleh subjek pajak badan, memerlukan perencanaan yang baik, oleh karena itu strategi perpajakan menjadi mutlak diperlukan untuk mencapai perusahaan yang optimal. Strategi dan perencanaan pajak yang baik dan tentu saja harus legal, akan mampu mendorong perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan yang lain.

Ada berbagai macam proksi pengukuran agresivitas pajak, antara lain *Effective Tax Rates (ETR)*, *Book Tax Differences*, *Discretionary Permanent* BTDS (DTAX), *Unrecognize Tax benefit*, *Tax Shelter Activity*, dan *Marginal tax rate*. Rego dan Wilson (2008) menyatakan bahwa tidak ada proksi agresivitas pajak yang dapat

menangkap secara sempurna adanya agresivitas pajak. Beberapa peneliti seperti Timothy (2010), Balakrishnan, dkk (2011), serta Lanis dan Richardson (2012) menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa terdapat beberapa alasan menggunakan ETR sebagai proksi untuk mengukur agresivitas pajak, antara lain penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Slemrod, 2004; Dyreng et al, 2008; Robinson et al, 2010; Armstrong dkk menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak, proksi ETR adalah proksi yang paling banyak digunakan dalam literatur, dan nilai yang rendah dari ETR dapat menjadi indikator adanya agresivitas pajak. Secara keseluruhan, perusahaan-perusahaan yang menghindari pajak perusahaan dengan mengurangi penghasilan kena pajak mereka dengan tetap menjaga laba akuntansi keuangan memiliki nilai ETR yang lebih rendah. Dengan demikian, ETR dapat digunakan untuk mengukur agresivitas pajak. Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan proksi *Book Tax Defference* (BTD) sebagai proksi pengukuran alternatif agresivitas pajak untuk memperkuat hasil empiris penelitian ini. *Book tax difference* menggambarkan selisih antara laba akuntansi dengan laba fiskal. Perbedaan yang besar antara laba akuntansi dengan penghasilan kena pajak di perusahaan umumnya menunjukkan perilaku agresif terhadap pajak yang lebih besar. (Desai dan Dharmapala, 2006; Frank et al., 2009, Lanis dan Richardson, 2011).

2.1.7. Peraturan Perpajakan di Indonesia

Pajak merupakan iuran yang diberikan rakyat kepada negara sebagai wujud kontribusinya dalam pembangunan nasional, dimana rakyat tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan penyelenggaraannya diatur di dalam undang-undang. Dijelaskan dalam UU No. 28 Tahun 2007, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Perusahaan merupakan salah satu subjek pajak penyumbang terbesar dalam penerimaan negara melalui pajak penghasilan badan. Menurut UU No. 28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pasal 1 angka 3, Badan adalah sekumpulan orang atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya. BUMN atau BUMD dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi masa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya, termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap. UU No. 28 Tahun 2007 merupakan perubahan UU No. 16 Tahun 2000, UU No. 9 Tahun 1994 dan UU No. 6 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Sementara PSAK 46 (revisi 2010) merupakan revisi dari PSAK 46 yang menyatakan bahwa Pajak Penghasilan mengatur bagaimana entitas menyajikan dan

mengungkapkan kewajiban pajak penghasilan entitas. Revisi dilakukan dengan menyesuaikan PSAK dengan IAS 21 tentang *income taxes*. Ketentuan dalam PSAK 46 secara umum mengikuti praktik umum yang berlaku secara internasional.

UU No. 36 Tahun 2008 merupakan perubahan UU No. 17 Tahun 2000, UU No. 10 Tahun 1994, UU No. 7 Tahun 1991 dan UU No. 7 Tahun 1983 mengenai Pajak Penghasilan. Yang menjadi dasar pengenaan pajak PPh Badan adalah sebesar laba bersih kena pajak tanpa pengurangan Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP).

Kewajiban Wajib Pajak Badan dalam Perpajakan antara lain:

1. Kewajiban mendaftarkan diri untuk memiliki NPWP (Nomor Pokjok Wajib pajak) dan apabila wajib pajak badan melakukan kegiatan penyerahan barang kena pajak dan atau jasa kena pajak atau ekspor barang kena pajak yang terutang PPN berdasarkan UU PPN 1984, maka wajib pajak badan tersebut memiliki kewajiban untuk dikukuhkan menjadi pengusaha kena pajak (PKP).

Pada pasal 2 ayat (4) UU No. 28 Tahun 2007 menyatakan bahwa Dirjen Pajak menerbitkan NPWP dan/atau mengukuhkan PKP secara jabatan apabila WP atau PKP tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan/atau (2).
2. Kewajiban untuk menyelenggarakan pembukuan sebagaimana yang terdapat pada pasal 28 ayat (1) UU No. 28 Tahun 2007, yaitu WP orang pribadi yang melakukan

kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan WP badan Indonesia, wajib menyelenggarakan pembukuan.

3. Kewajiban melakukan pemotongan dan pemungutan, diantaranya:
 - a. Kewajiban pajak sendiri (PPh Pasal 25/29);
 - b. Kewajiban memotong atau memungut pajak atas penghasilan orang lain (PPh Pasal 21/26, PPh Pasal 22, PPh Pasal 23/26, dan PPh Final);
 - c. Kewajiban memungut PPN dan atau PPn BM (jika ada) yang khusus berlaku bagi Pengusaha Kena Pajak.
 - d. Kewajiban menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT).
 - e. Kewajiban membayar dan menyetorkan pajak.
 - f. Kewajiban membuat faktur pajak
 - g. Kewajiban melunasi bea materai.

Sementara kegiatan CSR yang dapat menjadi *tax deductible* terbatas hanya untuk jenis kegiatan tertentu sebagaimana diatur dalam UU No. 36 tahun 2008. UU No. 36 Tahun 2008 tidak secara khusus mengatur perlakuan perpajakan untuk kegiatan CSR, akan tetapi ada beberapa aturan terkait tentang biaya-biaya yang bisa dikurangkan dari penghasilan bruto yaitu yang berkaitan dengan isu konsumen, pengembangan masyarakat, lingkungan, ketenagakerjaan, dan hak asasi manusia. Biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto antara lain biaya promosi, biaya beasiswa, biaya magang dan pelatihan, biaya kupon makanan dan minuman bagi pegawai kriteria dan daerah tertentu, beban pengolahan limbah, cadangan biaya

reklamasi untuk usaha pertambangan, cadangan biaya penanaman kembali untuk usaha kehutanan, dan cadangan biaya penutupan dan pemeliharaan tempat pembuangan limbah industri untuk usaha pengolahan limbah industri.

2.1.8. Variabel Kontrol

2.1.8.1. Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu (Munawir, 2004). Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dapat dilihat dan diukur dengan cara menganalisis laporan keuangan melalui rasio profitabilitas (Septiana dan Nur, 2012).

Perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut karena menunjukkan keberhasilan kinerja manajemen dalam mengolah operasional perusahaan. Sebaliknya, ketika tingkat profitabilitas perusahaan rendah, maka investor cenderung tidak tertarik untuk menanamkan modalnya bahkan dapat menarik modal yang telah ditanamkan (Sudana dan Arlindania, 2011).

Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi profitabilitas. Dalam Hanafi dan Halim (2007 : 180) disebutkan bahwa ROA memperhitungkan kemampuan perusahaan menghasilkan suatu laba terlepas dari pendanaan yang dipakai. ROA

menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan perusahaan dalam suatu periode. Semakin tinggi rasio ini, semakin tinggi profitabilitas perusahaan. Kenaikan ROA akan mengakibatkan kenaikan ETR, sehingga ROA memiliki hubungan yang positif dengan ETR. Akan tetapi seiring adanya dampak reformasi perpajakan yang menurunkan tarif pajak statutori, hubungan ROA dengan ETR menjadi negatif (Gupta dan Newberry, 1997).

2.1.8.2. *Leverage*

Leverage dapat didefinisikan sebagai penggunaan aktiva atau dana dimana untuk penggunaan tersebut, perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap (Riyanto, 1995). Tingkat *leverage* perusahaan dapat menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Hal ini disebabkan karena *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah, berarti perusahaan tersebut lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Pada umumnya, perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrumen untuk mengurangi *monitoring costs* bagi investor. Mereka memberikan informasi yang lebih detail

dalam laporan tahunan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang *leverage* nya lebih rendah.

Gupta dan Newberry (1997) menyatakan bahwa keputusan pembiayaan perusahaan dapat berdampak pada ETR karena ketetapan pajak biasanya memungkinkan perlakuan pajak yang berbeda untuk keputusan struktur modal perusahaan. Richardson dan Lanis (2007) juga menyatakan bahwa ketika perusahaan lebih banyak mengandalkan pembiayaan dari hutang daripada pembiayaan yang berasal dari ekuitas untuk operasinya, maka perusahaan akan memiliki ETR yang lebih rendah. Hal ini karena perusahaan yang mempunyai tingkat hutang yang lebih tinggi, akan membayar bunga pajak yang lebih tinggi sehingga membuat nilai ETR menjadi lebih rendah. Namun di sisi lain, perusahaan dengan beban pajak yang tinggi memiliki insentif untuk menggunakan pembiayaan utang yang lebih (Ying, 2011).

Leverage dihitung dari total hutang jangka panjang dibagi dengan total aset yang tujuannya adalah menggambarkan struktur modal perusahaan dan menangkap keputusan pembiayaan perusahaan. Dalam hal ini dapat dirujuk bahwa beban bunga dapat dikurangkan untuk tujuan pemungutan pajak, sementara dividen tidak. Oleh karena itu ETR berhubungan terbalik dengan *leverage* (Costa, Martins, dan Brandao, 2012).

2.1.8.3. *Capital Intensity*

Capital intensity atau intensitas persediaan menggambarkan seberapa besar kekayaan perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap. Aset tetap dalam hal ini mencakup bangunan, pabrik, peralatan, mesin, dan berbagai properti lainnya. Aset tetap berfungsi untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan, digunakan untuk penyediaan barang dan jasa maupun disewakan kepada pihak lain dimana penggunaannya lebih dari satu periode.

Mosebach dan Ellen (2007) menyatakan bahwa komposisi aktiva diukur melalui tiga intensitas, yaitu intensitas persediaan (*inventory intensity*), intensitas modal (*capital intensity*) dan intensitas penelitian dan pengembangan (*R & D intensity*). *Capital intensity* memiliki hubungan negatif dengan ETR (Mosebach dan Ellen (2007), Richardson dan Lanis (2007)). Hal ini karena perusahaan yang memutuskan untuk berinvestasi dalam bentuk aset tetap diperbolehkan menghitung depresiasi yang dapat dijadikan pengurang dalam penghasilan kena pajak (Gupta dan Newberry, 1997).

2.1.8.4. *Inventory Intensity*

Persediaan merupakan bagian dari aset lancar perusahaan yang digunakan untuk memenuhi permintaan konsumen. Selain itu, persediaan merupakan salah satu aset penting perusahaan karena berfungsi untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan tersebut dalam jangka panjang.

Inventory intensity atau bisa disebut juga dengan intensitas persediaan merupakan salah satu komponen penyusun komposisi aktiva yang diukur dengan membandingkan antara total persediaan dengan total aset yang dimiliki perusahaan. (Zimmerman, 1983, p. 130) dalam Richardson dan Lanis (2007) dan Costa et al (2012) menyatakan bahwa *inventory intensity* merupakan substitusi dari *capital intensity*. Perusahaan yang memiliki intensitas persediaan yang tinggi biasanya memiliki ETR yang tinggi. Hal ini karena perusahaan yang berinvestasi dalam bentuk persediaan tidak dapat melakukan hal yang serupa ketika perusahaan memiliki intensitas modal yang tinggi yakni dalam hal depresiasi yang dapat dijadikan pengurang dalam penghasilan kena pajak (Gupta dan Newberry, 1997).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang CSR telah banyak dilakukan, demikian juga dengan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Namun, masih sedikit penelitian yang mengkaitkan antara pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dengan agresivitas pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Khurana dan Moser (2009) yang berjudul “*Shareholder Investment Horizons and Tax Aggressiveness*” memberikan bukti bahwa perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh investor jangka pendek akan lebih agresif terhadap pajak dan perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh investor jangka panjang akan berkurang agresif pajaknya. Penelitian ini menggunakan sampel

perusahaan non-keuangan dan non-utility periode tahun 1995 sampai 2008 yang menggunakan analisis regresi *Ordinary Least Square* (OLS). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diproksikan dalam ETR dan *permanent* BTD. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persentase *outstanding-stock* yang dimiliki oleh pemegang saham jangka pendek dan pemegang saham jangka panjang. Sementara variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah ROE, *leverage*, kompensasi kerugian, perubahan kompensasi kerugian, pendapatan luar negeri, *Property, Plant, and Equipment*, *intangible asset*, pendapatan ekuitas, ukuran perusahaan, dan market to book ratio.

Penelitian yang dilakukan oleh Timothy pada tahun 2010 yang berjudul “*Effect of Corporate Governance on Tax Aggressiveness*” memberikan bukti bahwa tata kelola perusahaan mempengaruhi agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di *Hongkong Stock Exchange* dengan menggunakan analisis regresi. Variabel dependen dalam penelitian adalah agresivitas pajak yang diproksikan dalam ETR. Variabel independen dalam penelitian ini adalah tata kelola perusahaan yang diproksikan dalam jumlah saham yang dimiliki oleh direksi, dewan direksi independen, kekuatan *shareholder*, kekuatan *shareholder* minoritas, dan tarif pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Martani pada tahun 2010 yang berjudul “*Ownership Characteristics, Corporate Governance, and Tax Aggressiveness*” memberikan bukti secara empiris bahwa pengaruh tata kelola

perusahaan yang baik belum berdampak signifikan di perusahaan-perusahaan di Indonesia dan struktur kepemilikan keluarga berhubungan positif dengan tingkat agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur Indonesia yang listing pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2005-2008 dengan menggunakan analisis regresi anova. Variabel dependen yang ada dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan *effective tax rate* (ETRit), *cash effective tax rate* (CETRit), *book-tax difference* (BTD_MPit), *residual book-tax difference* (BTD_DDit), dan *average of corporate tax planning level* (Tax Plan it). Sementara variabel independen dalam penelitian ini adalah struktur kepemilikan, dimana termasuk kepemilikan keluarga apabila saham yang dimiliki keluarga adalah $\geq 50\%$ dan *Good Corporate Governance* yang diukur menggunakan indeks *Corporate Governance*. Variabel Kontrol yang digunakan adalah ROA; *leverage*; kompensasi kerugian fiskal; perubahan jumlah kompensasi kerugian fiskal; *property, plant, and equipment*; *size*, *market to book ratio*; dan nilai BTD.

Penelitian yang dilakukan oleh Watson pada tahun 2011 yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Examination of Unrecognized Tax Benefits*” memberikan bukti bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan secara konsisten dapat mengurangi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan di Amerika Serikat pada tahun 2007-2008 dengan menggunakan analisis regresi berganda *Ordinary Least Square* (OLS). Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR yang diukur

dengan mengumpulkan data CSR dari *KLD STATs database* dimana KLD menyediakan nilai bulat dari “*strength*” dan “*concern*” yang terbagi dalam tujuh kategori yang terbagi lagi menjadi 100 subkategori atau item. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak perusahaan yang diproksikan dalam UTBs (*Unrecognized Tax benefits*). Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini antara lain profitabilitas (ROA), *leverage* (LEV), *foreign income* (FI), *sales growth* ($\Delta SALES$), *research and development expense* (R&D), adanya kerugian fiskal dari operasi bersih (NOL). Ukuran perusahaan (natural log of assets, SIZE), dan pertumbuhan (market-to-book ratio, MB).

Penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2012 yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*” memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan publik Australia yang terdaftar dalam *Aspect-Huntley Financial Database* periode tahun 2008-2009 dengan menggunakan analisis regresi tobit. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR yang diproksikan dalam *CSR disclosure* yang terbagi dalam 52 item. Sementara variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak perusahaan yang diproksikan dalam dua proksi ETR (*Effective Tax Rates*). Penelitian ini menggunakan variabel kontrol antara lain proporsi anggota dewan direksi yang independen (BODI), *trouble* (TROUBLE), umur perusahaan (AGEPUB), struktur kepemilikan saham oleh

manajemen (MTOBOD), *CEO tenure* (CEOTENURE), *CEO duality* (CEODUAL), kepemilikan saham oleh minoritas (BLOCKHLD), ukuran perusahaan (SIZE), *leverage* (LEV), *capital intensity* (CINT), *inventory intensity* (INVINT), *research and development intensity* (RDINT), pertumbuhan perusahaan (MKTBK), profitabilitas (ROA), dan sektor industri (INDSEC).

Tabel 2.1.
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Judul penelitian	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Variabel dan Analisis	Hasil
1.	<i>Shareholder Investment Horizons and Tax Aggressiveness</i>	Khurana dan Moser	2009	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR dan <i>permanent</i> BTD). Variabel independen: dalam persentase <i>outstanding-stock</i> yang dimiliki oleh pemegang saham jangka pendek dan pemegang saham jangka panjang. Menggunakan analisis regresi OLS	Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh investor jangka pendek akan lebih agresif terhadap pajak dan perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh investor jangka panjang akan berkurang agresif pajaknya
2.	<i>Effect of Corporate Governance on Tax Aggressiveness</i>	Timothy	2010	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR). Variabel independen:	Tata kelola perusahaan mempengaruhi agresivitas pajak

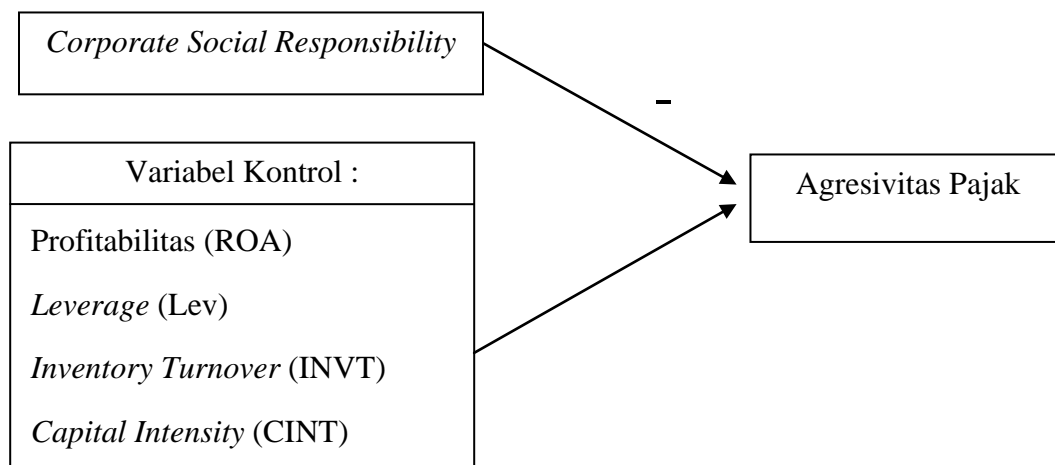
				tata kelola (jumlah saham yang dimiliki oleh direksi, dewan direksi independen, kekuatan <i>shareholder</i> , kekuatan <i>shareholder</i> minoritas, dan tarif pajak). Menggunakan analisis regresi	
3.	<i>Ownership Characteristics, Corporate Governance, and Tax Aggressiveness</i>	Sari dan Martani	2010	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETRit, CETRit, BTD_MPit, BTD_DDit, dan Tax Plan it). Variabel independen: struktur kepemilikan saham dan indeks <i>corporate governance</i> . Menggunakan analisis regresi anova	Memberikan bukti secara empiris bahwa pengaruh tata kelola perusahaan yang baik belum berdampak signifikan di perusahaan-perusahaan di Indonesia dan struktur kepemilikan keluarga berhubungan positif dengan tingkat agresivitas pajak
4.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Examination of Unrecognized Tax Benefits</i>	Watson	2011	Variabel dependen: agresivitas pajak (UTBs) Variabel independe : CSR. Menggunakan analisis regresi	Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan secara konsisten dapat mengurangi tingkat agresivitas pajak perusahaan

				OLS	
5.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis</i>	Lanis dan Richardson	2012	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR) Variabel independen: CSR Menggunakan analisis regresi Tobit	Memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan

2.3. Kerangka pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini menguji pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran



2.4. Pengembangan Hipotesis

Perusahaan merupakan salah satu subjek pajak yang mempunyai kewajiban untuk membayar pajak. Dengan membayar pajak, berarti perusahaan turut serta berkontribusi dalam mewujudkan pembangunan nasional guna mensejahterakan kehidupan masyarakat luas. Harari, et.al. (2012) menyatakan bahwa dari perspektif masyarakat, pajak dapat dipandang sebagai dividen yang dibayar oleh perusahaan kepada masyarakat sebagai imbalan telah menggunakan sumber daya yang tersedia. Oleh karena itu, apabila perusahaan menghindari kewajibannya untuk membayar pajak, meskipun tidak melanggar hukum, tindakan tersebut tidaklah adil, dan perusahaan hanyalah sebagai parasit yang ada di dalam masyarakat. Dalam teori legitimasi dinyatakan bahwa perusahaan terus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat atau berusaha melegitimasi tindakannya agar dapat diterima di dalam masyarakat. Salah satunya ditunjukkan dari kepatuhan perusahaan dalam membayar pajak dengan penuh kesadaran dan tidak berupaya untuk melakukan aktifitas agresivitas pajak yang dapat merugikan banyak pihak. Selain itu apabila dengan penuh kesadaran perusahaan membayar pajak sesuai nominal yang ditetapkan, berarti perusahaan telah membina hubungan baik dengan pemerintah.

Hal ini didukung oleh teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan dalam melakukan kegiatan operasinya harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak aktivitas operasi perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan

tidak hanya mementingkan kepentingan *shareholder* saja, akan tetapi juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat, pemerintah, konsumen, *supplier*, analis, dan lain sebagainya. Salah satu wujud perhatian perusahaan terhadap kepentingan *stakeholder* adalah dengan cara membina hubungan yang baik dengan pemerintah melalui ketaatannya dalam membayar pajak tanpa ada tindakan agresivitas pajak. Dengan tidak agresif terhadap pajak, secara tidak langsung berarti perusahaan turut serta dalam upaya mensejahterakan kehidupan masyarakat. Hal ini karena pajak merupakan salah satu sumber pendapatan utama negara yang digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Avi-Yonah (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa pajak perusahaan hanya dapat dikaitkan dengan CSR jika pembayaran pajak yang dilakukan perusahaan memang memiliki implikasi untuk masyarakat luas. Apabila pembayaran pajak penghasilan badan hanyalah dianggap sebagai sebuah transaksi bisnis dan salah satu biaya perusahaan, mungkin tujuan perusahaan tersebut adalah untuk meminimalkan jumlah pajak terutang sebanyak mungkin. Lanis dan Richardson (2012) berpendapat bahwa dengan demikian dalam membayar pajak, perusahaan seharusnya memiliki beberapa pertimbangan etika untuk masyarakat dan *stakeholder* lainnya. Seharusnya perusahaan tidak berkeinginan untuk meminimalkan pajak baik dengan cara legal maupun ilegal sebagai wujud bahwa perusahaan tersebut bertanggung jawab terhadap masyarakat. Christensen dan Murphy (2004), Ostas (2004) Rose (2007) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa dengan

mengambil sikap pasif terhadap perpajakan, perusahaan dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat serta dapat mempertahankan kedudukan yang baik dengan otoritas pajak dengan cara mematuhi dan semangat dalam mengikuti hukum perpajakan yang berlaku.

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa apabila perusahaan dianggap menghindari pajak, umumnya tidak dianggap membayar "saham wajarnya" berupa pajak penghasilan badan kepada pemerintah yang digunakan untuk membantu menanggung pembiayaan barang publik. Hal ini tentunya dapat memperburuk reputasi perusahaan di mata *stakeholdernya*. Tidak hanya itu, dampak yang paling buruk adalah berhentinya operasi bisnis perusahaan (Williams, 2007; Erle, 2008; Hartnett, 2008 dalam Lanis dan Richardson, 2012). Watson (2011) juga mengatakan bahwa perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial akan menghadapi dampak buruk seperti harga saham yang turun karena investor cenderung menjual saham pada perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial atau enggan untuk membeli saham perusahaan tersebut. Tidak hanya itu, Watson (2011) menambahkan bahwa dampak buruk yang diperoleh perusahaan karena melanggar norma sosial adalah jumlah penjualan yang turun karena masyarakat yang tahu tentang pentingnya CSR memboikot produk perusahaan tersebut dan cenderung enggan untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak memberikan dampak buruk yang signifikan bagi masyarakat dan perusahaan itu sendiri.

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa dengan demikian sebuah perusahaan yang terlibat dalam kebijakan agresif pajak secara sosial tidak bertanggung jawab. Keputusan perusahaan mengenai sejauh mana perusahaan berkeinginan untuk mengurangi kewajibannya secara sah dipengaruhi oleh sikapnya terhadap CSR, sebagai tambahan pertimbangan legalitas dan etika yang lebih mendasar. Harari, et.al. (2012) mengatakan bahwa mengingat pentingnya kebijakan pajak untuk kehidupan sosial tampaknya masuk akal untuk tidak menyertakan praktik perencanaan agresif pajak ke dalam unsur tanggung jawab sosial perusahaan.

William (2007) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa sulit untuk membedakan antara CSR yang dilakukan dengan motif altruistik dengan CSR yang dilakukan dengan tujuan untuk menguntungkan reputasi perusahaan. Sebaliknya, banyak aksi perusahaan yang dilakukan dengan motif ganda. Oleh karena itu penting dalam mempertimbangkan bagaimana CSR dapat mempengaruhi agresivitas pajak tanpa membuat setiap upaya untuk membedakan antara tindakan yang diambil karena perusahaan benar-benar ingin bertanggung jawab maupun tindakan yang diambil karena tujuan tertentu.

Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut semakin tidak agresif terhadap pajak. Hal ini karena apabila perusahaan yang menjalankan CSR bertindak agresif terhadap pajak, maka akan membuat perusahaan tersebut kehilangan reputasi di mata

stakeholdernya dan akan menghilangkan dampak positif yang terkait dengan kegiatan CSR yang telah dilakukan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini adalah :

H₁ : CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

Gupta dan Newberry (1997) menyatakan bahwa kebijakan pendanaan dan keputusan investasi dapat mempengaruhi ada atau tidaknya penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini karena peraturan perpajakan memberikan perlakuan yang berbeda untuk setiap kebijakan struktur modal dan bauran aset yang dimiliki perusahaan. Sementara profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA berfungsi untuk mengontrol dampak perubahan dalam laba akuntansi (Gupta dan Newberry, 1997). Oleh karena itu variabel ROA, *leverage*, *capital intensity*, dan *inventory intensity* menjadi variabel kontrol dalam penelitian ini.

Variabel ROA menggambarkan profitabilitas yang dimiliki perusahaan dimana ROA berpengaruh positif terhadap ETR. Akan tetapi seiring adanya dampak reformasi perpajakan yang menurunkan tarif pajak statutori, hubungan ROA dan ETR menjadi negatif (Gupta dan Newberry, 1997). Tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif dengan ETR karena semakin efisien perusahaan, maka perusahaan akan membayar pajak yang lebih sedikit sehingga ETR perusahaan tersebut menjadi lebih rendah (Derazhid dan Zhang (2003) dalam Lestari (2010). Kebijakan keputusan pendanaan yang dilakukan perusahaan digambarkan melalui variabel *leverage* yang dimiliki perusahaan. Ketika perusahaan memilih untuk lebih

banyak membiayai operasinya dengan hutang, maka perusahaan akan memiliki nilai ETR yang rendah. Hal ini karena komponen biaya atas bunga pinjaman dapat digunakan sebagai pengurang pajak, tidak seperti ketika perusahaan lebih banyak mendanai operasinya dengan menggunakan saham. Hal tersebut karena dividen yang merupakan komponen biaya atas saham yang diterbitkan tidak dapat menjadi pengurang pajak.

Kebijakan keputusan investasi akan menentukan besar kecilnya ETR. Perusahaan yang memilih untuk lebih banyak berinvestasi pada aset tetap akan memiliki nilai ETR yang rendah karena perusahaan tersebut memiliki beban depresiasi yang lebih tinggi yang dapat dijadikan sebagai pengurang laba kena pajak. Akan tetapi, perusahaan yang memilih untuk memiliki intensitas persediaan yang tinggi tidak dapat melakukan hal yang sama.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak adalah keinginan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar dengan cara yang legal, ilegal, maupun kedua-duanya. Penelitian ini mengukur agresivitas pajak dalam beberapa proksi pengukuran. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax rates 1* (ETR_1) yang dihitung dari:

$$ETR_1 = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{pendapatan sebelum pajak}}$$

ETR_1 menggambarkan presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak yang diperoleh perusahaan. ETR_1 diukur dengan menggunakan proksi model Lanis dan Richardson (2012). Sementara ukuran alternatif yang digunakan untuk memperkuat hasil penelitian ini adalah:

$$ETR2 = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{arus kas operasi}}$$

$$BTD = \frac{[\text{Laba akuntansi} - \text{laba fiskal}]}{\text{total aset bersih}}$$

ETR₂ diukur dengan menggunakan proksi model Lanis dan Richardson (2012) yang menggambarkan seberapa besar total beban pajak yang dibayarkan perusahaan dibandingkan dengan jumlah total arus kas dari aktivitas operasi perusahaan. Sementara (*Book tax Differences*) BTD menurut Lanis dan Richardson (2011) adalah total perbedaan antara laba akuntansi dengan laba fiskal.

3.1.2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan ke dalam pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan *check list* yang mengacu pada indikator pengungkapan yang digunakan oleh Sembiring (2005) karena lebih sesuai dengan keadaan perusahaan di Indonesia, dimana pengungkapan CSR-nya masih bersifat umum dan belum rinci. Indikator ini terdiri atas tujuh kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan manufaktur adalah sebanyak 78 item yang terdiri atas kategori lingkungan (13 item), kategori energi (7 item), kategori kesehatan dan keselamatan tenaga kerja (8 item),

kategori lain-lain tenaga kerja (29 item), kategori produk (10 item), kategori keterlibatan masyarakat (9 item), dan kategori umum (2 item).

Pengukuran ini dilakukan dengan mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberikan nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada *check list*. Setelah mengidentifikasi item yang diungkapkan oleh perusahaan di dalam laporan tahunan, serta mencocokkannya pada *check list*, hasil pengungkapan item yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksnya dengan proksi CSRI. Adapun rumus untuk menghitung CSRI sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

$CSRI_i$: Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i.

$\sum X_{yi}$: nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan.

n_i : jumlah item untuk perusahaan i, $n_i \leq 78$.

3.1.3. Variabel Kontrol

Variabel Kontrol adalah Variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti.

3.1.3.1. Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi untuk mengukur profitabilitas. ROA diukur dengan menggunakan proksi model Lanis dan Richardson (2012) yaitu:

$$ROA = \frac{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.3.2. Leverage

Leverage menggambarkan proporsi hutang jangka panjang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui keputusan pendanaan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. *Leverage* menurut Lanis dan Richardson (2012) dihitung dari:

$$LEV = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.3.3. Capital Intensity

Capital Intensity menggambarkan seberapa besar aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap. *Capital intensity* menurut Lanis dan Richardson (2012) dihitung dari :

$$CINT = \frac{\text{Total Aset Tetap Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.3.4. *Inventory Intensity*

Inventory intensity menggambarkan proporsi persediaan yang dimiliki terhadap total aset perusahaan. *Inventory intensity* merupakan substitusi dari *capital intensity* yang menurut Lanis dan Richardson (2012) diukur melalui:

$$INVNT = \frac{\text{Total Persediaan}}{\text{Total Aset}}$$

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2011. Alasan memilih perusahaan manufaktur sebagai sampel perusahaan adalah karena:

1. permasalahan dalam perusahaan manufaktur lebih kompleks sehingga diharapkan akan lebih mampu menggambarkan keadaan perusahaan di Indonesia,
2. untuk menghindari bias yang disebabkan oleh efek industri, dan
3. sektor manufaktur memiliki jumlah terbesar dibandingkan dengan sektor yang lainnya.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan subjek peneliti, sampel dipilih berdasarkan pada kesesuaian karakteristik dengan kriteria sampel yang ditentukan agar diperoleh sampel yang representatif.

Kriteria-kriteria dalam pengambilan sampel secara *purposive sampling* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan mempublikasikan *annual report* dan data keuangan yang lengkap yang dibutuhkan selama tahun 2010-2011.

Alasan memilih tahun 2010-2011 sebagai sampel penelitian karena tarif perpajakan yang baru berlaku pada tahun 2010. Penelitian ini dimulai pada tahun 2012, sehingga data yang sudah tersedia secara lengkap adalah data laporan keuangan dan *annual report* perusahaan sampai tahun 2011. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil sampel perusahaan manufaktur selama tahun 2010 dan 2011.

2. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama tahun penelitian. Hal ini karena akan menyebabkan nilai ETR menjadi negatif sehingga akan menyulitkan penghitungan.
3. Perusahaan yang memiliki ETR antara 0-1 sehingga dapat mempermudah dalam penghitungan, dimana semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak.
4. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan yang berakhir tanggal 31 Desember.
5. Perusahaan yang menggunakan satuan nilai rupiah dalam laporan keuangannya.
6. Perusahaan yang memiliki nilai aset bersih positif selama tahun penelitian.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang listing di BEI selama tahun 2010 dan tahun 2011, yang didokumentasikan dalam www.idx.co.id serta sumber lain yang relevan seperti (*Indonesia Capital Market Directory*) ICMD.

Data yang diambil berupa data *cross section*, artinya bahwa pengumpulan data dilakukan dari berbagai sumber informasi perusahaan dari Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010-2011.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan :

1. Metode studi pustaka

Yaitu dengan melakukan telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji berbagai literature pustaka seperti buku-buku, jurnal, masalah, literatur, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

2. Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan data dengan cara mencatat dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini. Pencatatan data yang berhubungan dengan variabel yang diteliti.

3.5. Metode Analisis data

3.5.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum. Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel tersebut (Ghozali, 2006).

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan ada 4 yaitu : uji multikolienaritas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas.

3.5.2.1. Uji Normalitas

Asumsi normalitas digunakan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah yang berdistribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2006).

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_A : data residual tidak berdistribusi normal

Level of Significant yang digunakan adalah 0,05. Data berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) hasil perhitungan dalam komputer lebih dari 0,05.

3.5.2.2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolonearitas adalah situasi adanya variabel-variabel bebas diantara satu sama lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (di atas 0,95), maka merupakan indikasi adanya multikolonieritas.

3. Melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $\text{Tolerance} \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $\text{VIF} \geq 10$ (Ghozali, 2006).

3.5.2.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pengujian ini akan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang mensyaratkan adanya konstanta (intercept) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen (Ghozali, 2006). Mekanisme pengujian Durbin Watson menurut Gujarati (2003) adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis :
 - Ho : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)
 - Ha : ada autokorelasi ($r \neq 0$)
2. Menentukan nilai d hitung (Durbin-Watson).
3. Untuk ukuran sampel tertentu dan banyaknya variabel independen, menentukan nilai batas atas (du) dan batas bawah (dl) dalam tabel.
4. Mengambil keputusan dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika $0 < d < dl$, Ho ditolak berarti terdapat autokorelasi positif.

- b. Jika $d_l \leq d \leq d_u$, daerah tanpa keputusan (gray area), berarti uji tidak menghasilkan kesimpulan.
- c. Jika $d_u < d < 4 - d_u$, H_0 tidak ditolak berarti tidak ada autokorelasi.
- d. Jika $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$, daerah tanpa keputusan (gray area), berarti uji tidak menghasilkan kesimpulan.
- e. Jika $4 - d_l < d < 4$, H_0 ditolak berarti terdapat autokorelasi positif.

3.5.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (homokedastisitas) dimana *variance* residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Ada beberapa cara untuk menguji heteroskedastisitas dalam *variance error terms* untuk model regresi. Dalam penelitian ini akan digunakan metode chart (diagram scatterplot) dengan dasar analisis yaitu:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

3.5.3. Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan analisis *multiple regression* (regresi berganda). Pengujian hipotesis dilakukan sebanyak tiga kali karena terdapat tiga proksi untuk mengukur agresivitas pajak sebagai variabel dependen. Adapun yang menjadi proksi utama variabel dependen adalah ETR₁, sedangkan ETR₂ dan BTD menjadi proksi alternatif dalam penelitian ini. Persamaan *multiple regression* untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Model regresi:

$$\text{TAG}_{it} = \alpha_0 + \beta_1 \text{CSRI}_{it} + \beta_2 \text{ROA}_{it} + \beta_3 \text{LEV}_{it} + \beta_4 \text{CINT}_{it} + \beta_5 \text{INVNT}_{it} + e$$

Keterangan:

TAG_{it} = agresivitas pajak perusahaan *i* tahun ke-*t* yang diukur menggunakan proksi: ETR₁, ETR₂, dan BTD

α₀ = konstanta

β₁, β₂, β₃, β₄ = koefisien regresi

CSRI_{it} = Pengungkapan item CSR perusahaan *i* tahun ke-*t*

ROA_{it} = Tingkat pengembalian aset perusahaan *i* tahun ke-*t*

LEV_{it} = Proporsi hutang jangka panjang terhadap aset perusahaan *i* tahun ke-*t*

CINT_{it} = Proporsi *property, plant, and equipment* terhadap total aset tetap perusahaan *i* tahun ke-*t*

$INVNT_{it}$ = Proporsi total persediaan terhadap total aset perusahaan i
tahun ke- t

e = error (kesalahan pengganggu)

Setelah persamaan regresi terbebas dari asumsi dasar maka langkah selanjutnya yaitu pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis ini meliputi:

3.5.3.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah independen yang dimasukkan ke dalam model. Karena dalam penelitian ini menggunakan banyak variabel independen, maka nilai *Adjusted* R^2 lebih tepat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

3.5.3.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006). Langkah-langkah untuk pengujian tersebut yaitu:

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : FCF = MTBV = CFR = CR tidak berpengaruh terhadap DPR, atau

H_0 : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_k = 0$

H_a : FCF = MTBV = CFR = CR berpengaruh terhadap DPR, atau

H_a : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_k \neq 0$

2. Menetapkan tingkat signifikan yang digunakan yaitu 0,05.

3. Menghitung nilai sig-F dengan menggunakan software SPSS 17.

4. Menganalisis data penelitian yang telah diolah dengan kriteria pengujian yaitu:

- a. H_0 ditolak, H_a diterima yaitu bila nilai sig-F kurang dari tingkat signifikan 0,05 berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau,

H_0 tidak ditolak, H_a tidak diterima yaitu bila nilai sig-F lebih dari tingkat signifikan 0,05 berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.5.3.3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Langkah-langkah untuk pengujian tersebut yaitu:

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$$

2. Menetapkan tingkat signifikan yang digunakan yaitu 0,05.
3. Menghitung nilai signifikan dengan menggunakan software SPSS 17.
4. Menganalisis data penelitian yang telah diolah dengan kriteria pengujian yaitu:
 - a. H_0 ditolak, H_a diterima yaitu bila nilai signifikan kurang dari tingkat signifikan 0,05 berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen atau,
 - b. H_0 tidak ditolak, H_a tidak diterima yaitu bila nilai signifikan lebih dari tingkat signifikan 0,05 berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.